

新时代新引擎新赛道

小商品的大市场

兴城泳装:转型升级“游”向广阔深海

□ 本报见习记者 洪剑儒

兴城在哪里?对于很多人而言,这座人口仅50万的东北小城寂寂无名。然而,这里生产的产品却“畅游世界”——全球每卖出4件泳装,就有1件来自兴城。

作为我国目前最大的泳装生产基地,位于辽宁省葫芦岛市的兴城泳装产业发展并非一帆风顺。与我国其他劳动密集型产业类似,兴城泳装产业在质疑中成长,在挑战中壮大。兴城人坚定不移推动泳装产业高质量发展,在中国小商品登陆国际大市场的故事中谱写了一个动人章节。

日前召开的二十届中央财经委员会第一次会议提出,坚持推动传统产业转型升级,不能当成“低端产业”简单退出。30多年来,从家庭作坊发展到产业园区的兴城泳装产业,无疑在转型升级中完成了华丽转身,并将继续“游”向更广阔的国际市场深海。

从“无足轻重”到“支柱产业”

兴城泳装产业始于上世纪80年代,慕名前来欣赏海景的游客带动了当地泳装消费,也为兴城人带来了“生意经”。一时间,一家家小规模的泳装企业如雨春笋般出现在兴城市。

在重工业基地遍布的东北地区发展泳装产业,这在许多人看来无异于“旁门左道”甚至“歪门邪道”。“当时很多人瞧不起这些泳装小企业,认为相比石油、化工等传统支柱产业,这些企业无足轻重。”葫芦岛市政协主席、时任葫芦岛市副市长的石文光回忆说,当年他还因提出将兴城市泳装产业做大做强而被人笑称为“泳裤市长”。

尽管面临质疑和偏见,但兴城人却坚持了下来,并最终获得了回报。2010年9月3日,兴城市被中国纺织工业协会和中国服装协会授予“中国泳装名城”称号。如今,兴城泳装相关的登记经营主体为4000余户,实现年均产量约1.7亿件(套),集群年产值150亿元以上,带动就业约16万人;注册商标达1325个,

其中全国驰名商标3个,辽宁省名牌产品10个,辽宁省著名商标28个。

2023年1月,兴城泳装时尚产业园项目正式启动。据了解,该园区总建筑面积4667平方米,将采用“泳装协会+集团公司+市场+产业供应链+品牌孵化+智能制造+金融资本”园区新商业模式,打造“一个市场、一个基地、三个中心”,即兴城泳装销售市场、泳装电商直播孵化基地和全球泳装时尚引领中心、全球泳装供应链中心、全国泳装品牌集聚中心。

“只要我们继续在做强泳装产业集群上用心用力,它就能舞起经济发展的龙头,实现用文化和科技力量驱动城市转型。”石文光表示。

转型升级实现高质量发展

在兴城市天宇体育用品有限公司法定代表人李强看来,相比其他泳装生产基地,兴城泳装产业从研发到生产、再到出货的速度非常快,“可以说,时效快是兴城泳装产业赢得国内外市场的关键因素”。

时效快的背后,是兴城泳装企业敏锐的市场嗅觉与专业的研发团队。李强告诉国际商报记者,时尚是泳装的重要属性,不但要满足消费者的基本使用需求,更重要的是满足消费者的审美需求。为此,兴城泳装企业积极在产品设计中融入多元设计风格,并针对不同地区消费者打造更契合的产品。

据李强介绍,目前天宇公司已与意大利、澳大利亚等多国设计师合作,打造出多款深受海外消费者青睐的产品。“泳装是劳动密集型产业,面对来自东南亚国家的挑战,我们需要提高品质以获得更高附加值。”李强表示。

在拓展国际市场的过程中,兴城泳装产业还搭上了电商平台的发展快车。李强表示,天宇公司已上线电商平台10年左右,目前产品主要在亚马逊、速卖通、1688等平台销售。“特别是在疫情防控期间,我们通过跨境电商平台与客户进行生意往来,保证了生意的正常进行。”

据了解,目前葫芦岛市泳装电商已突

破3.5万家。在兴城街头,各个快递公司的运输车辆随处可见。如今,兴城市快递业务量位居辽宁省第二,仅次于省会沈阳。

与此同时,兴城泳装产业也在朝着产业集群化方向不断努力。2019年11月,斯达威集团建成集泳装设计、生产、仓储、销售、人才培养教学于一体的现代化泳装产业工业园区,为众多中小企业搭建好平台,彰显“小企业、大群体”的规模效应。兴城泳装时尚产业园项目也将有力支撑兴城泳装产业高质量发展,助力打造高水平兴城泳装经济总部。

“未来,兴城将在现有实力产业集群基础上,不断提升泳装创新研发和智能生产能力,推动兴城泳装产业做大做强。”兴城市泳装行业协会会长、斯达威集团董事长张东元表示。

中国市场及人民币资产有长期吸引力

——外资机构眼中的中国资产

□ 新华

近年来,我国上市公司高质量发展的趋势明显。数据显示,2022年A股上市公司共实现营业收入71.53万亿元,同比增长7.2%,整体平均研发强度2.32%,同比提高0.25个百分点。战略性新兴产业上市公司超过2500家。

威灵顿投资管理公司高级董事总经理普江宁透露,在过去几年,公司在中国的投资体量不断扩大,资产组合里中国投资的权重增加。“近期,我们拜访了一些旅游业、医药行业公司,我认为这些公司在全球化和创新方面做得非常好,展现出勃勃生机。”

A股上市公司绿色发展的趋势也更为明显。统计显示,逾1700家上市公司单独编制发布了2022年ESG(环境、社会和公司治理)相关报告,家数同比大幅增加。

标普道琼斯指数亚太区策略指数主管叶佳胜说,目前海外对ESG的关注程度非常高。“在中国资本市场越来越走向开放的环境下,纳入ESG框架能更好地与国际接轨,也更易受到海外ESG投资者的青睐。”

近年来,监管部门着力扩大资本市场高水平制度型开放,先后推出一系列双向开放新举措,极大便利了外资机构参与中国资本市场。

汇丰银行中国渠道与策略发展股票产品部总监刘泽华说,近年来,我们看到了OFII/ROFII(合格境外机构投资者/人民币合格境外机构投资者)制度的稳步升级、股票通和债券通计划的进一步扩容等,这些重要进展对境外投资者产生积极影响。

深交所数据显示,今年以来,深市OFII、ROFII及深股通投资者交易金额占比约9.5%,是五年前的3.4倍,越来越多的国际投资者参与投资深交所市场。

今年4月,随着沪深交易所主板注册制首批企业上市,我国股票发行注册制改革全面落地。

瑞士百达资产管理亚洲(除日本)首席执行官赵俊杰表示,中国资本市场已经成长为世界第二大市场,对于全球的投资者而言非常重要。“注册制的实施能够有效助力成长型公司获取资本和发展壮大。同时,也进一步促进了中国资本市场的开放,增强全球投资者的信心。”

中国证监会副主席方星海1日表示,伴随着注册制改革实施,A股上市公司数量显著增长,总数已超5000家,总市值超过85万亿元人民币。“债券、基金、REITs、指数、期货和衍生品等市场平稳较快发展,为全球投资者提供一站式、多元化投资选择。”

多家外资机构表示,随着中国资本市场改革开放不断深化,市场的深度和广度将不断拓展,投融资便利性也将进一步提升,有助于境外投资者更好参与中国资本市场,分享发展红利。

(上接1版)

如何解决上述问题,庞超然认为,一方面需要积极鼓励各类经营主体加快“走出去”,加快海外服务网络体系建设,为持续推动汽车产品出口提供有效保障;另一方面,需要政府部门加快推动相关国家扩大对我国市场开放力度,促进检验检测和标准互认,为汽车出口持续稳定发展提供有力的政策保障。

束珏婷表示,下一步,商务部将会同相关部门重点做好以下三方面工作:一是加强运输保障,促进汽车企业与航运企业开展中长期战略合作,鼓励航运公司加快建设滚装船队,扩大汽车出口运力。二是鼓励汽车企业与国内外金融机构合作,在依法合规、风险可控的前提下,创新金融产品与服务,更好满足企业需要。三是支持汽车企业完善国际营销和售后服务体系,提升在海外开展品牌宣传、展示销售、售后服务方面的能力,树立良好品牌形象。

企业层面,高强建议,车企可通过海外自建工厂、在当地新设管理团队、CKD散件出口等降低出口运输成本,以及与当地经销商合作或建立合资公司完善渠道布局等方式,扩大市场覆盖范围,增强海外市场竞争力,从而实现高质量国际化持续发展。

新技术破局 数字化赋能

溢价的“中国制造” 风靡海外市场的背后

□ 本报记者 李子晨

本来想和团队一起给苹果笔记本电脑研发静音散热风扇,但由于所使用的电离空气技术方案容易吸灰,与苹果公司的订单失之交臂。虽然容易吸灰在笔记本领域是技术劣势,但在空气净化器领域却是绝对的优势。为此,团队从做离子风的风扇快速转变为研发离子风技术空气净化器,这也造就了一款静音又不用更换滤网的空气净化器,产品甫一上市就受到国内消费者的热烈欢迎。

这是苏州贝昂智能科技有限公司联合创始人章燕的创业故事,可以说是近年来国内一大批创新型制造企业洞察需求灵活转向、百折不挠取得突破的缩影。潜心研发的新技术不怕没有用武之地,而拥有了好技术、产出的好产品,如何让优质的“中国制造”墙内开花墙外也香?跨境电商平台为章燕团队铺就了一条打开海外大市场的通路。

2019年当贝昂智能科技有限公司把目光投向国际市场时,中国出口的空气净化器几乎还在使用传统的HEPA滤网技术,均价在50美元左右,不管是在技术还是品牌上都没有议价权,能拿到手的仅是制造方面的微薄利润。

在章燕看来,传统的空气净化器有两大弊端:一是更换滤网频率比较高,并会持续产生成本开销,这“劝退”了很多用户。二是传统空气净化器内部风阻大,高速运转时往往会产生较大的噪音,容易影响用户休息。

对此,在“劣势”变“优势”的过程中,利用离子风创新技术,贝昂的空气净化器可以实现无耗材,滤网脏了只需要拿出清洗干净再安装即可。同时离子风技术风阻非常低,这就让机器工作时的噪音可缩减到传统空气净化器的1/4。

让新技术获得新商机并卖出高品牌溢价,跨境电商平台功不可没。“毫不夸张地说,阿里国际站的加持让我们收获颇丰。”章燕说,外贸企业不仅在物流、资金、关税等外贸综合服务方面能够得到帮助,加入阿里国际站更感觉像加入了一个大家庭。“阿里国际站

还为外贸企业提供跨境电商培训,帮助招募人才,而且建立了社群圈子,让大家交流经验,而不是孤军奋战。”

章燕至今仍记得,刚开始进入外贸领域时,公司缺乏外贸人才。“阿里国际站的工作人员甚至牺牲周末休息时间帮助我们面试,挑选合适人才,并帮我们制定相应的内部规范和管理制度,以便能更高效地数字化出海。”

同样让章燕觉得暖心的,还有阿里国际站在物流上给予的帮助。跨境物流一直是最令外贸商家头疼的问题之一。去年4月,受疫情影响,日本客户通过阿里国际站下单的5000多台空气净化器,原定于4月10日送抵日本东京,结果4月9日货还堵在路上,最后比预计时间晚了2小时进港,面临报关异常风险。这批价值超百万美元的空气净化器,如果无法按时履约,不仅面临严重的违约风险,还可能影响贝昂智能科技在日本市场的整体销售。

正当贝昂智能科技的外贸员工犯难之时,阿里国际站工作人员主动联系了该公司,并寻找资深报关公司协调解决。经过多地海关协调,4月9日深夜11时,报关问题终于解决,这批空气净化器在第二天被装上高柜集装箱运往日本,得以顺利履约交付。

贝昂智能科技这批货能够及时到货,很大程度上得益于阿里国际站去年推出的“拖车+报关+整柜”一体化物流解决方案。用新技术驱动外贸服务,贝昂智能科技借力阿里国际站争

分秒夺地跑出数字外贸履约新速度。

自上线以来,贝昂智能科技在阿里国际站出口均价高达250美元,远远超出同类均价,也成功“杀入”德国和日本这两大对技术要求严苛的发达国家市场。“在日本,有近1万家医院和诊所使用贝昂智能科技的空气净化器,以保证室内空气的安全和稳定。在德国,也有上万个学校采用了我们的空气净化消毒方案。贝昂智能科技在海外的受欢迎程度,可能比在国内市场还要高一些。”章燕介绍说,公司已在全球70多个国家和地区建立了销售网络,在美国还成立Airdog公司,开启了在北美地区的中国品牌运营之路。

在章燕带领下,贝昂智能科技用新技术打开海外市场,探索出成熟的出海模式。而用科技创新夯实“中国制造”出海的硬实力,阿里国际站也在用数字外贸新技术赋能包括贝昂智能科技在内的中国创新型企业高效拓展海外市场,让中国品牌出海跑出新速度。



贝昂智能科技出口产品生产线的一派繁忙景象